苏宁金融
SUNING FINANCE

“Z世代”群体消费趋势研究报告

研究员：付一夫

苏宁金融研究院消费金融研究中心

2020年7月

全场景更普惠

VISIT…

扫码免费领取资料

房中术(www.zuihaoziyuan.com)专注于男性增大增粗增长、阳痿、早泄、壮阳、延时、强肾、回春、健身。女性缩阴、丰胸、减肥、化妆、瑜伽、保养、产后修复、盆底肌锻炼。两性健康,夫妻按摩,房中术,性姿势,性技巧,性知识等

更多免费教程：英语学习，技能提升，PS 教学，投资赚钱，音乐教程，口才教学，情商提升，风水教学，心理学，摄影知识，幼儿学习，书法学习，记忆力提升等等.....

==========

全站课程下载

课程不断增加

本站现资源容量已超 10T

入群联系 QQ：167520299 或添加微信：1131084518（备注PDF）

扫码加微信lax988988领取资料

阳痿早泄训练
皇室洗髓功视频教学
女人驻颜术
泡妞约炮万元课程
足疗养 SPA 教材
玉蛋功
马氏回春功
房中术张丰川
哲龙全套视频
增大盼你增大
国际男优训练
亚当德永早泄训练
洗髓功真人内部
皇室养生绝学道家洗髓功
【铁牛人会员课】男人必备技能，理论讲解
实战高清视频
随意控制射精锻炼 视频+图片+文字
价值 1440 元第一性学名著<素女经房中养生
宝典视频>12 部
洗髓功修炼方法视频教学
陈见玉蛋功视频教学 女性缩阴锻炼
男性自然增大增长指南
强性健肾保健操 1-4
道家强肾系统锻炼功法
马氏回春功
12 堂课，全面掌握男性健康问题 让你重燃自信
联系微信：1131084518

1、东方性经
2、印度 17 式
3、口交技巧 3 部
4、港台性姿势 3 部
5、365 性姿势 6 部
6、泰国性爱密经 17 式
7、花花公子性技巧 6 部
8、阁楼艳星性技巧 7 部
9、古今鸳鸯秘谱全集 7 部
10、夫妻爱侣情趣瑜伽 2 部
11、古代宫廷性保健系列 14 部
12、汉唐宋元明清春宫图真人
13. 柔软性爱宝典 日本 9800 课
14. 李熙墨 3999 全套课
15. 妖精性爱课 2888
16. 李银河全套性课
17. 领统统性课
18. 德勇男性篇
19. 德勇男性篇
20. 缓慢性爱
21. 亚当多体位搭配篇
22. 亚当多体位结合篇
23. 德勇克服早泄讲座练习
24. 德勇以女性为中心得爱抚
25. 加藤鹰接吻爱抚舌技
26. 加藤鹰指技
27. 加藤鹰四十八手入门
28. 佐藤潮吹教学
29. 佐藤男人体能锻炼+保健品介绍
30. 佐藤男人早泄对抗训练
31. 阿拉伯延时训练

32. 田渊正浩秘籍
33. 异性性快感集中训练教学
34. 自我愉悦锻炼密宗
35. 铁牛全套延时训练课
36. Pc 机锻炼真人视频教学
37. 印度性经全集 8 部
38. 21 世纪性爱指南
39. 香蕉大叔男女训练馆全套
40. 中美真人性治疗教学+理论
41. 女性闺房秘术
42. 幸福玛利亚性课
43. 陈见如何释放性魅力征服
44. 性爱技巧讲座全套
45. 性爱秘籍全套
46. 性爱误区讲座
47. 性病讲解大全
48. 性博士讲座合集
49. 性健康和性高潮合集
50. 性教育讲座合集
51. 性能力课堂合集
52. 性生活问题解析合集
53. 意外怀孕和避孕处理课堂
54. 性感地带探索
55. 性技巧讲座
56. 性健康与性卫生讲座
57. 性生活专家答疑
58. 性心理与性道德合集
59. 性爱宝典合集
60. 性爱技巧合集
61. 完美性爱演示
62. 完美性爱技术讲解
更多精品等你来解锁哦.....

每日免费获取报告

1、每日微信群内分享**7+**最新重磅报告；

2、每日分享当日**华尔街日报**、金融时报；

3、每周分享**经济学人**

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，起点财经仅分发做内部学习。

扫一扫二维码
关注公号
回复：**研究报告**
加入“起点财经”微信群。。

01 深度起底Z世代

02 融入血液“二次元”

03 Z世代消费态度

04 拥抱奔涌的“后浪”

01

PART ONE

深度起底Z世代

- 啥叫“Z世代”？
- 美国的世代变迁
- 中国的Z世代

啥叫“Z世代”？

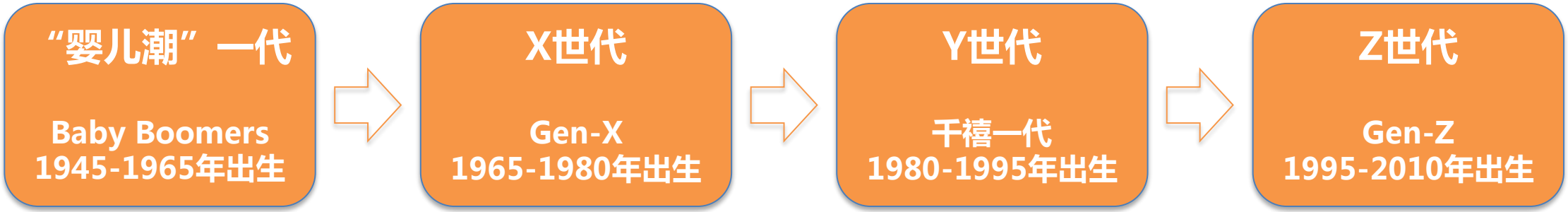
- 所谓**“世代”（Generation），**一般用来指一群拥有共同生活经历的年龄相近者，随着时代不断发展与推进，他们会受到各种关键社会因素和重大事件的影响。
- 关于**“Z世代”（Gen-Z）**一词，最早流行于欧美地区，用以表征那些出生于1995-2009年间的人。Z世代又称网络世代、互联网世代，意指受到互联网、即时通讯、短讯、MP3、智能手机和平板电脑等科技产物影响很大的一代人。
- Z世代正在成为影响这个世界的重要力量。根据联合国的人口调查统计，Z世代人口在2019年占据全球总人口的32%，成为人口最多的一代人。
- 而特殊的成长环境，使得Z世代对消费市场的影响持续加大。如今，已经到了必须看懂Z世代的时候。

“每个世代都是一群新人类。”

——【法】亚历克斯·托克维尔

美国的世代变迁：从物质追求到精神满足

- 既然Z世代源于欧美，我们不妨以美国为例进行深入考究。
- 回溯美国的发展历程，由于战后经济周期较为明显，“世代”之间的差异化较大，每一世代的人群特征也颇为明晰。伴随着美国经济从高速增长到日趋平稳，各个世代的人大体上经历了**“迷茫→自信→独立”**的变化过程，心态上也发生了**“物质追求→精神满足”**的演进。
- 具体而言，战后的美国大体可划分为四个世代：
- **（1）婴儿潮一代（Baby Boomers，1945-1965年出生）：**这是举世闻名的一代人。二战结束后，许多参军的美国青年荣归故里并组建家庭，随即掀起了一波生育高峰期，“Baby Boomers”便由此而来。作为美国经济快速走向繁荣并成为世界霸主的参与者和见证者，婴儿潮一代中的很多人都积累了可观的财富，他们强大的购买力引发了1969年美国的第一次房地产繁荣。



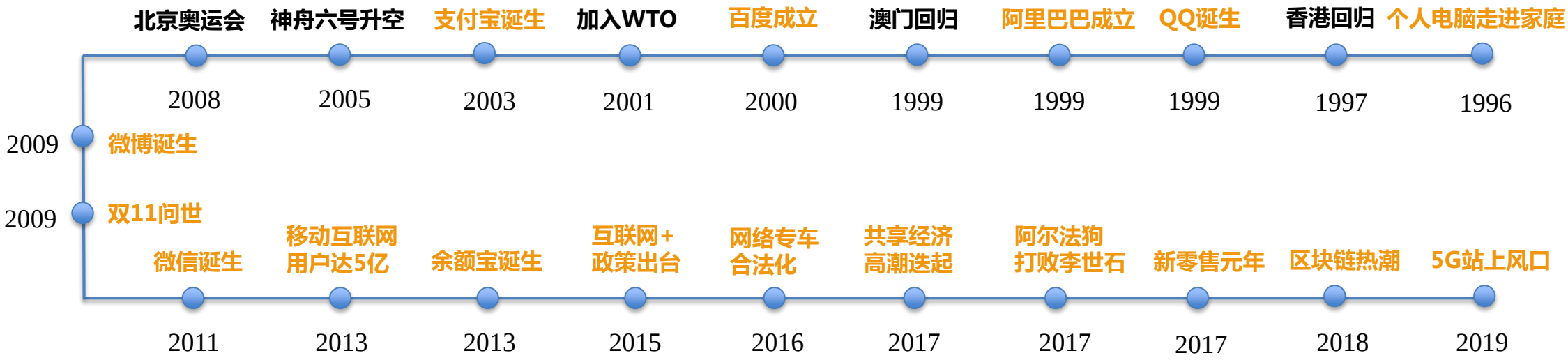
美国的世代变迁：从物质追求到精神满足

- **（2）X世代（Gen-X，1965-1980年出生）：**即婴儿潮世代的下一世代，尽管这一代人物质生活和受教育程度都更加丰富，也经历了科学技术不断发展带来的社会巨变，但成长过程中频发的经济危机和社会负面舆论却又令他们对未来感到无所适从；换言之，X世代是未知、迷茫的一代人，他们所处的环境特征大体表现为：与父辈的沟通困境、涨得比工资更快的房价、被消费和购物吞噬的生活、无孔不入的明星娱乐八卦、无法信任的媒体，还有大量不可描述、使人愤怒而无力的社会事件。
- **（3）Y世代（Millennial Generation，1980-1995年出生）：**又叫“千禧一代”，因这一代人的生育率又再次大幅回升，故而还被称为“回声潮世代（Echo Boomers）”；Y世代最大的特征在于经历了个人电脑和因特网的迅速普及，由此形成了与X世代截然不同的生活态度和价值观，基于互联网带来的诸多变革与对高科技的掌握，Y世代大多自信、乐观、执着、坦率、有主见、见识广。
- **（4）Z世代（Gen-Z，1995-2010年出生）：**Z世代是数字技术的原住民，互联网和数码产品是他们与生俱来及日常生活的一部分，在技术革命的推动下，Z世代的生活方式发生了质的变化，他们的性格也更加自我独立，更加关注人生的体验感，同时也更加懂得去挖掘最好的价值和服务。

中国的Z世代

苏宁金融 SUNING FINANCE

- 在我国，Z世代按时间角度可定义为1995-2009年出生的人群，即95后和00后。
- 数据显示，我国的Z世代群体活跃用户规模达到2.75亿，是互联网的原住民，从认知开始就接触互联网科技，并一直在拥抱高速推陈出新的新兴业态，对互联网有着天然的依赖。
- 与美国类似，我国的Z世代同样是赶上了中国经济腾飞的时期，物质生活富足；而不同之处在于，受计划生育政策影响，我国的Z世代普遍是独生子女，受到家庭长辈关注的程度更高，儿时的孤独使他们更渴望依托网络渠道寻求认同。
- 在这样的成长背景下，**Z世代大都踌躇满志、注重体验、个性鲜明、自尊心强烈、渴望被认同，是有个性同时也容易受外部因素影响的群体**，并正在成长为未来中国新经济、新消费、新文化的主导力量。



02

PART TWO

融入血液“二次元”

- Z世代与二次元
- 二次元在中国
- Z世代五大性格特点

Z世代与“二次元”

- 讨论Z世代，必定绕不开“二次元”。因为它已经广泛渗透至Z世代人群日常生活中的方方面面，Z世代的很多行为特点，都与二次元文化有着千丝万缕的联系。
- “二次元”源自日文“にじげん（二维）”，也称“二次元世界”，主要指以二维图像构成的平面“架空世界”或理想世界，其内容载体主要为**ACGN——动画（Animation）、漫画（Comic）、游戏（Game）、小说（Novel）。**
- 随着“二次元”在国内的传播，其所指意义也逐渐拓宽，除ACGN 所呈现的理想世界之外，还泛指喜欢二次元的人群、二次元圈子等等。
- 至于“二次元文化”，是说以ACGN 为核心的各种周边产物（包括音乐、手办、Coseplay、同人创作及周边产品等）所构成的文化圈，是一种新生代的文化发展形式。

“二次元”在中国正迎来黄金发展时期

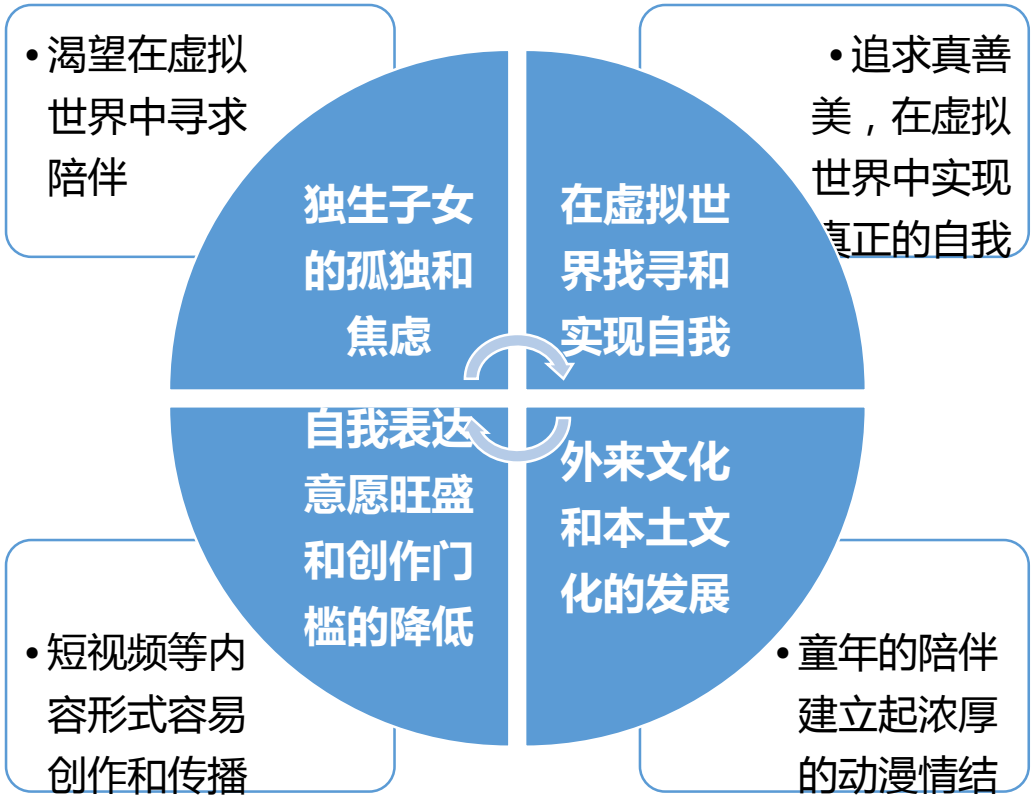
- 上世纪80年代，伴随着“中日蜜月期”的到来，日本动漫凭借着独特的创新性和趣味性而进入到中国文化市场。
- 1980年底，《铁臂阿童木》在央视播出，开创了当时海外动漫引进中国的先河；随后多年，《美少女战士》、《奥特曼》、《灌篮高手》、《名侦探柯南》、《蜡笔小新》等日本动漫席卷而来，不仅多部动画人物形象深入人心，还潜移默化地培养了一大批二次元受众，由此引发了二次元文化在中国大地上的生根发芽。
- 而近些年《西游记之大圣归来》、《大鱼海棠》、《哪吒》等爆款作品的问世，使得主流社会对二次元文化的关注度急剧升温，二次元产业的发展也随之迎来黄金时期。

“二次元”文化渗透Z世代

苏宁金融 SUNING FINANCE

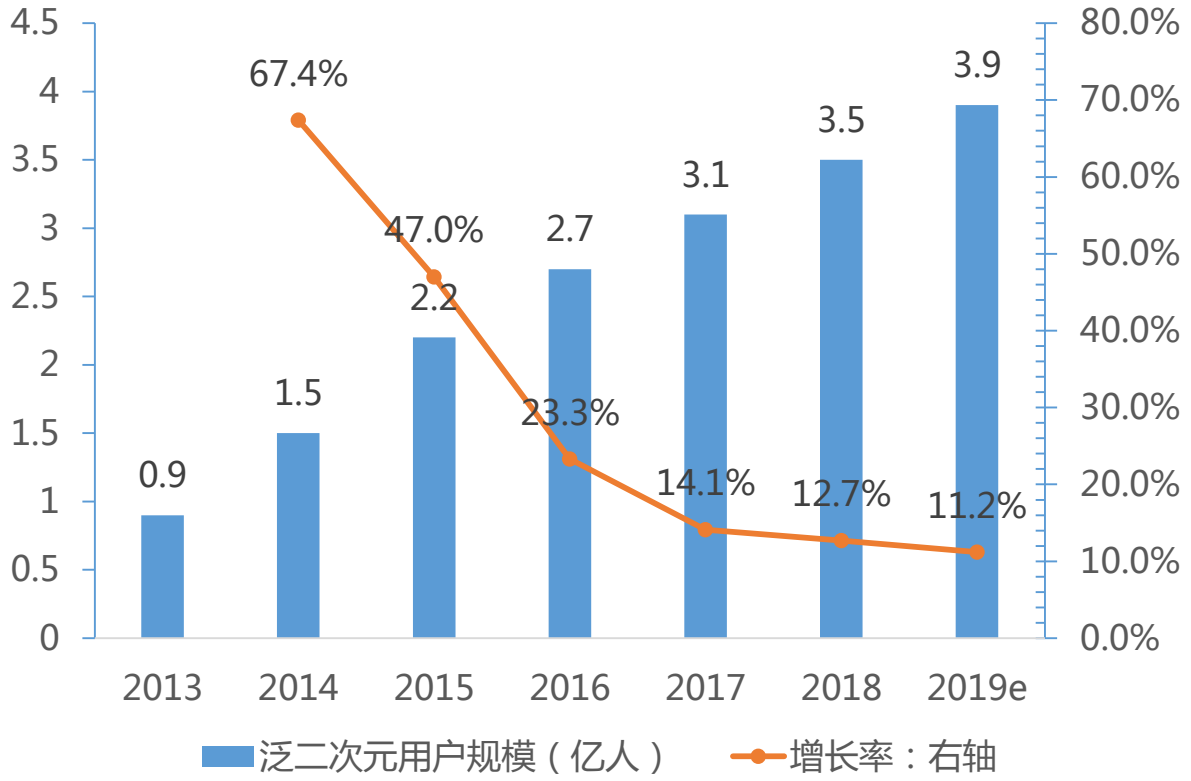
- 特殊的成长经历，叠加互联网的大发展，让二次元文化借助网络媒介呈病毒式传播，并影响到越来越多的Z世代人群。根据艾瑞的测算，2019年我国泛二次元用户将达到3.9亿人，意味着二次元文化基本完成了对Z世代的全覆盖。

Z世代中二次元文化兴起和发展的原因



资料来源：艾瑞咨询

中国泛二次元用户规模及增速



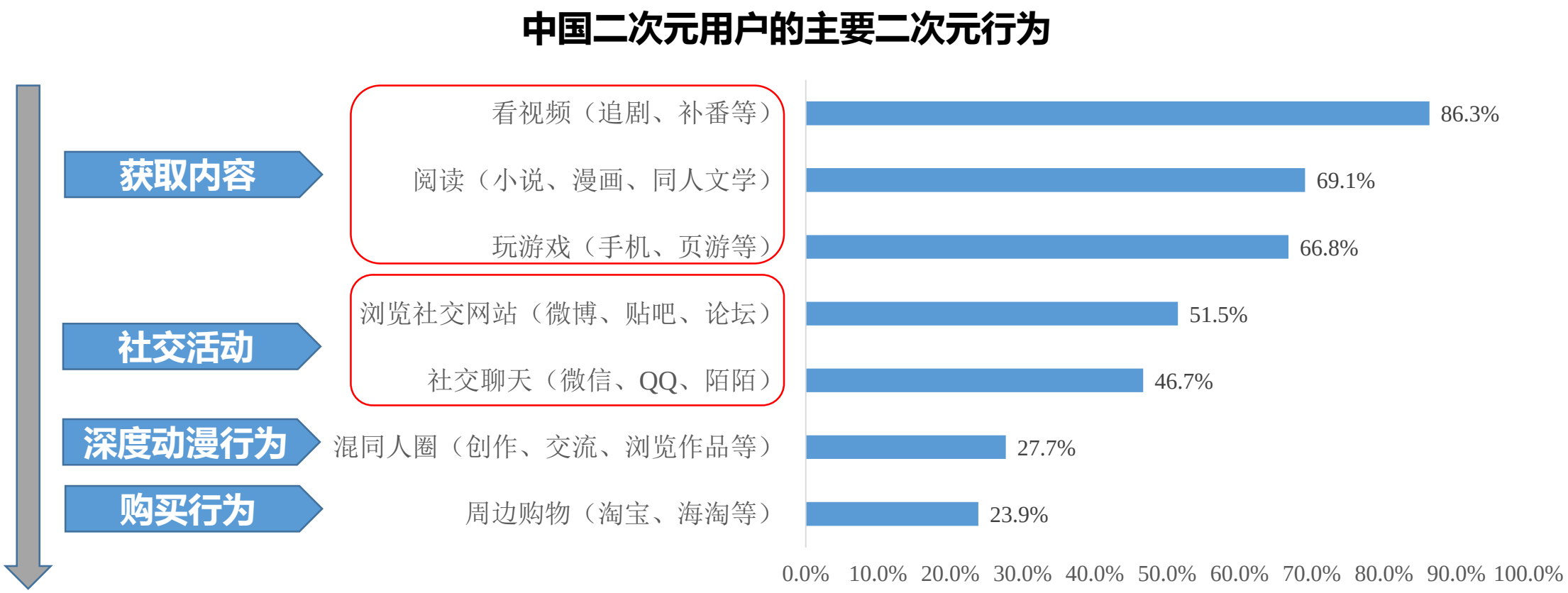
资料来源：艾瑞咨询

全场景更普惠

中国二次元用户的主要二次元行为

苏宁金融 SUNING FINANCE

- 获取内容、社交活动、深度动漫、消费购物，构成了中国二次元用户的主旋律。

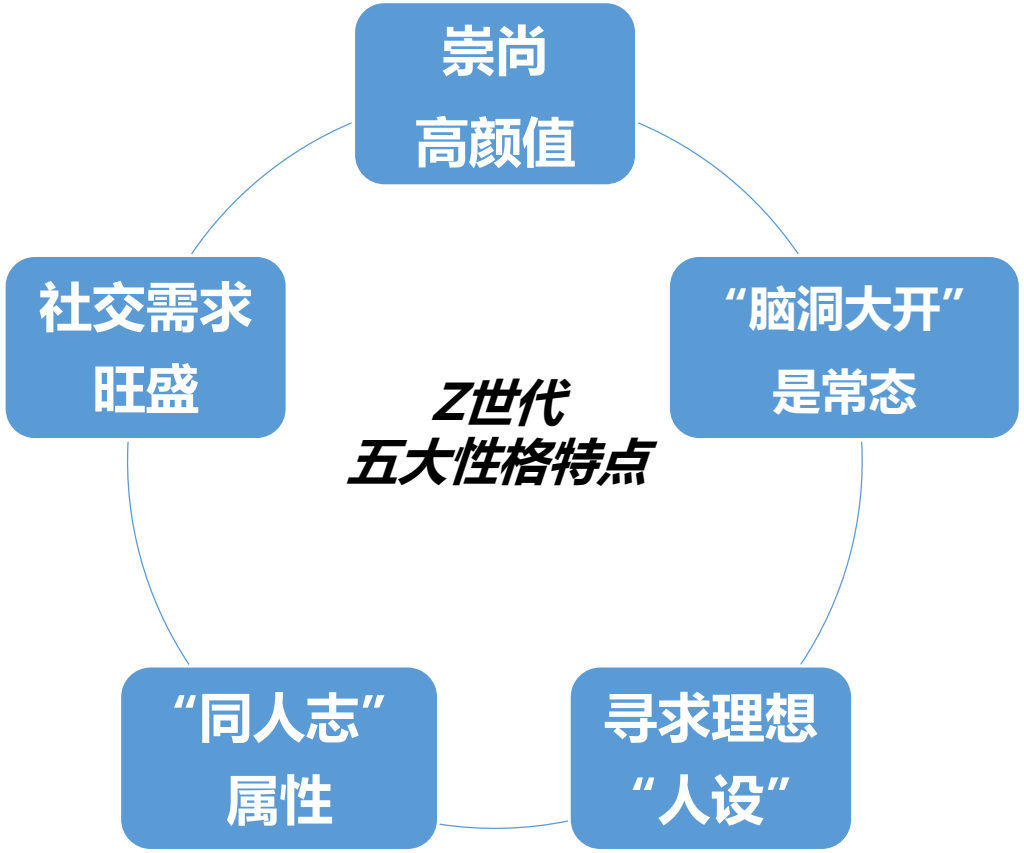


数据来源：中信证券研究部，苏宁金融研究院

“二次元”影响下，Z世代的五大性格特点

- Z世代，是二次元文化的主要受众群体，他们的成长之路与之紧密相关，二次元对他们的日常习惯和价值观养成产生了深远影响。

- 除了个性鲜明、注重体验、愿意尝试新鲜事物等特征之外，深受二次元文化影响的Z世代至少还具有五大性格特点，即：**崇尚高颜值、“脑洞大开”是常态、寻求理想“人设”、“同人志”属性、社交需求旺盛。**



资料来源：苏宁金融研究院制图

“二次元”影响下，Z世代的五大性格特点

一、崇尚高颜值

多数二次元人物形象都具有“高颜值”属性，这也影响着二次元用户们的审美，于是Z世代们对于颜值再怎么追求都不为过，而美妆、护肤、唇彩等相关商品都因此得以受到追捧。

与此同时，基于互联网的虚拟属性与青春特质的共同作用，Z世代们又格外青睐那些带有卖萌、少女系、拟人化元素的形象。

二、热衷于寻求理想“人设”

出于对“我是谁”“我想成为谁”的探索，很多Z世代都热衷于不断尝试不同风格的穿搭使用，或是消费不同品牌的产品，以此来体验不同的生活方式，并寻找真正适合自己的。为了寻找自己的“人设”标签，他们愿意在能代表自己的领域投入极大热情、时间甚至金钱。

三、“脑洞大开”是常态

二次元文化一向崇尚独创和个性，敢为人先、不走寻常路的用户往往能在二次元世界中大放异彩，而中规中矩的用户反倒容易被视为平庸路人。

相比于传统思维形式，二次元文化讲究的是用夸大化、戏剧化、动漫化的方式来加以替代，比如借助各种脑洞大开的颜艺表情包进行互动，或者使用鬼畜手法对原有视频素材和音频进行加工，以达到洗脑和搞笑的效果等等。而“陈独秀同学你坐下”、“同是九年义务教育你为何这样突出”等B站常用语更是能够诠释这一点。

这些同样暗示着，爱“开脑洞”的Z世代还是泛娱乐产业的主力军。

“二次元”影响下，Z世代的五大性格特点

四、“同人志”属性鲜明

“同人志”是二次元的常用词，指代那些因为拥有相同志向而走到一起的人。在二次元的世界里，用户交往往往是以共同的兴趣爱好为前提，志同道合的人互称对方为“同好”。

对于Z世代来说，只要彼此之间确认为“同好”，就会敞开心扉坦诚相待，这些爱好相同的人聚在一起形成了一个个小型社群，在里面自娱自乐，用二次元用语来说叫“圈地自萌”，这既反映出Z时代在互联网上的从众心理，也在一定程度上解释了为什么二次元文化作品能呈现病毒式传播。

五、社交需求旺盛

Z世代多为独生子女，他们从小到大经历了不少孤独，因而对于社交有着强烈的需求意愿。互联网的大发展，不仅能让Z世代在虚拟空间里结交到很多朋友，还能通过种种方式给他们带来心灵上的治愈与温暖。

根据艾瑞咨询的调研结果，二次元人群钟情动漫是出于对快感和幸福感的积极获取，有63.4%的用户表示喜欢二次元主要是因为在当中能找到共鸣、治愈与爱，还有39.6%的用户表示“中二病”的理想仅能在二次元世界实现。

这些还进一步投射出他们面对现实世界各种压力时，内心深处某种潜在的欲望和对难以实现的梦想的执着。

03

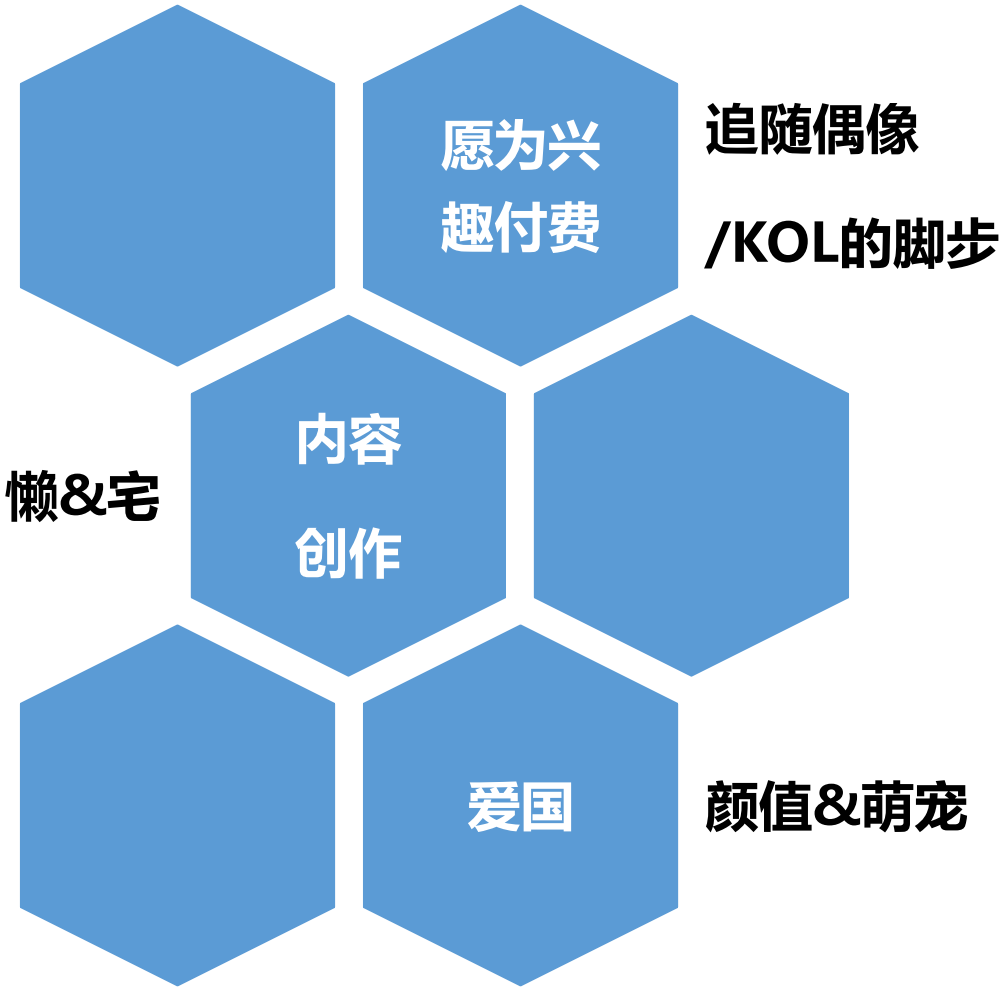
PART THREE

Z世代消费态度

- 愿意为自己的兴趣付费
- 内容创作=自我实现+社交方式
- 是国货潮兴起的重要力量
- ……

Z世代正在成为这个社会的消费担当

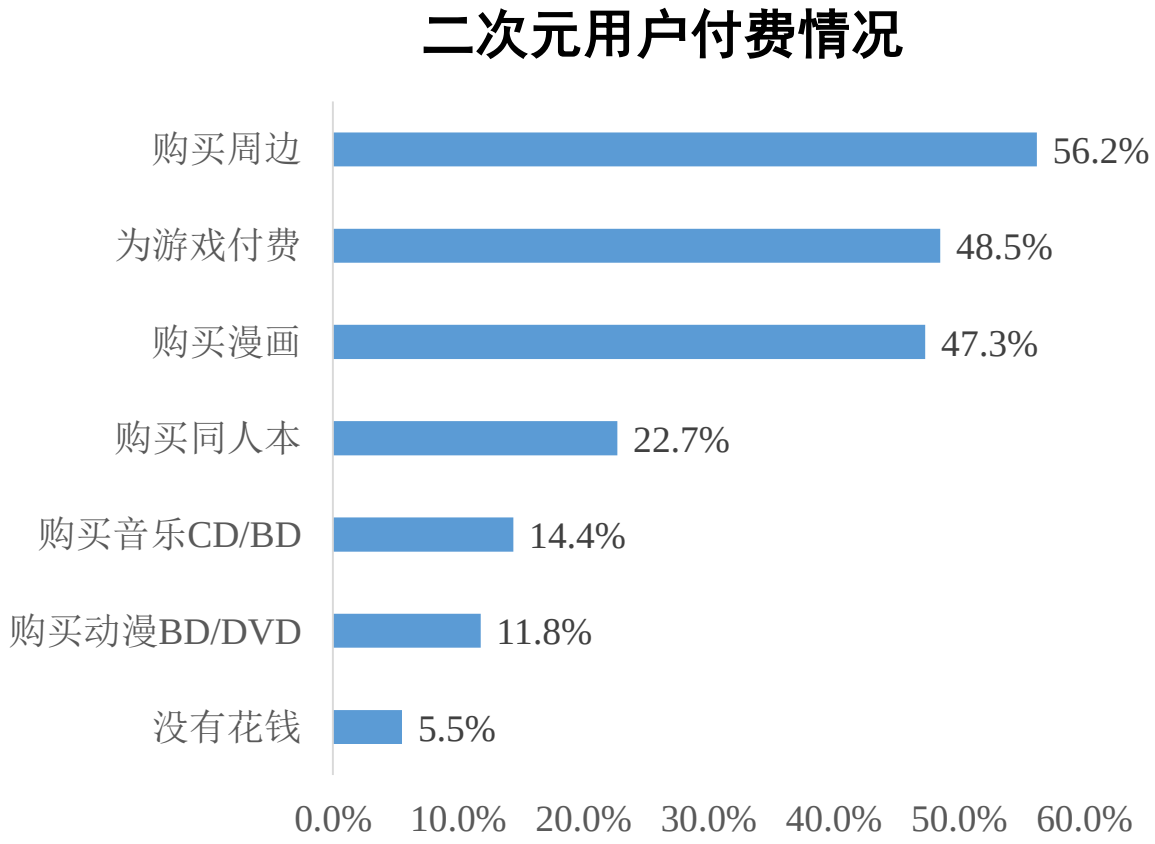
- 具有种种鲜明个性特征的Z世代人群，如今已渐成气候：他们正处于人生中的黄金年龄，即将迎来事业的起步与快速上升期，他们崇尚的文化和价值观越来越被大众接受，其影响力正与日俱增。也正因为如此，Z世代身上蕴藏着巨大的能量，前途不可限量。
- 根据研究机构Deep Focus的《卡桑德拉报告》及IBM的调查，在美国市场，Z 世代拥有2000亿美元的直接购买力及1万亿美元的非直接购买力。巴克莱银行则预计，到2020年，Z世代将成为全球最大的消费群体，并会占据美国、欧洲和金砖国家消费市场40%的份额。
- Z世代表现出六大消费态度。



资料来源：苏宁金融研究院制图

态度一：愿意为自己的兴趣付费

- 愿意为自己的兴趣付费，是Z世代最鲜明的消费态度之一，不过要以相应的作品得到他们的认可为前提。Z世代虽然热爱娱乐，但却不是“娱乐至上”的一代，他们更加青睐有思想、有质量的内容。
- 这属于一种粉丝经济，由于Z世代们相互之间对作品存在高度认同，其衍生的种种模式也会深受该圈子内用户的热捧，如此便激发出相关的付费行为。这种“乐意付费”的态度，正是二次元产业爆火的根本原因。
- 数据显示，二次元用户花钱比例整体较高，其中有56.2%的人愿意购买周边；其次是游戏付费和漫画购买，二者比例分别为48.55%和47.3%；仅有5.5%的二次元用户没有过消费行为。
- 有意思的是，传统观念上消费能力并不强的学生群体，也达到了人均花费1483.1元的水平。



数据来源：申万宏源，苏宁金融研究院

态度二：内容创作=自我实现+社交方式

- 对于Z世代来说，依托互联网提供的公共空间进行创作，成为了其实现自我价值和拓展社交圈子的重要途径，这便是为什么B站、小红书等以UGC（用户原创内容）为支撑的平台得以迅速占领市场，同时带动了相关消费的原因。
- **Z世代内容创作的意义主要有二：**

自我实现

- 内容创作是Z世代自我表达、实现个体价值的重要方式，他们很多都将创作发展为自身职业，并迅速成为了流行文化的主要引领者和制造者；
- 以B站为例，活跃在各个兴趣区的UP主们用自己创作的优质内容吸引了一众年轻人的关注和喜爱，还推动了平台的壮大和内容消费市场的发展。

社交方式

- Z世代拥有强烈的情感互动诉求，他们对于分享的意愿更高，对于社交的要求会同时考虑圈层的广度与兴趣的纵深；
- 因此，短视频、图文等形式的内容创作，成为了他们探索如何促进自己与相同圈层的年轻人进行社会链接的重要方式，有相似爱好和匹配创造力的年轻人，也会跨文化圈层形成彼此的认同与合作。

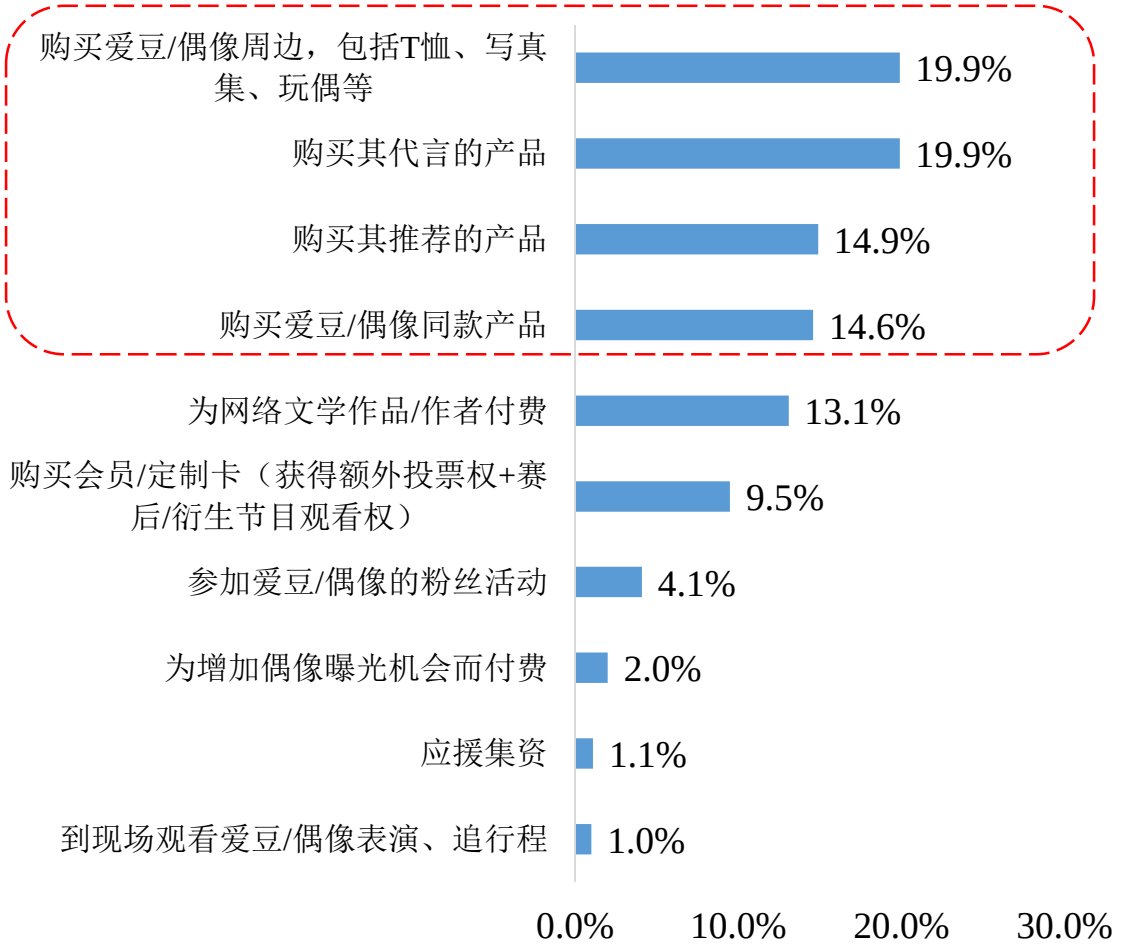
态度三：爱国，是国货潮兴起的重要力量

- Z世代出生成长于中国经济和城镇化高速发展时期，充分享受到了经济增长的红利，大多数没有经历严重的物质短缺，表现出了强大的爱国热情、文化自信和对主流意识形态的认可。
- 此次新冠疫情期间，举国上下团结一心共同抗疫，更加强化了国人的民族凝聚力和文化认同感，Z世代也在其中。
- 反映到消费上，便是Z世代有着对国货极大的兴趣。而从李宁、大白兔、六神、云南白药的备受欢迎，再到百雀羚、回力鞋等经典品牌的翻红，无不反映出新一轮“国货潮”的降临。
- 根据阿里研究院的报告，在购买新锐国货品牌的消费者中，超过半数是“95后”。

态度四：追随偶像/KOL的脚步

- 因为热衷于追求理想“人设”，Z世代格外喜欢追随偶像的步伐。这里的偶像并非单纯指代某一个实实在在的个体，只要寄托了美好的愿景和“人设”，哪怕虚拟形象也没关系。
- 追随偶像的同时，Z世代还对“偶像经济”的发展做出了不小的贡献。
- QuestMobile数据显示， 2018年Z世代因偶像推动的消费规模超过400亿，其中有接近70%的Z世代年轻人会愿意购买“爱豆（英文idol的音译）”周边及同款产品，或是其代言推荐的产品，这或许会让Z世代觉得更接近自己理想的“人设”。
- 另外，Z世代人群还偏爱跟着KOL直播种草，有数据表明，30%的Z世代群体在购物前会受到明星、KOL流量及口碑的影响。

Z世代偶像经济消费类型比例关系



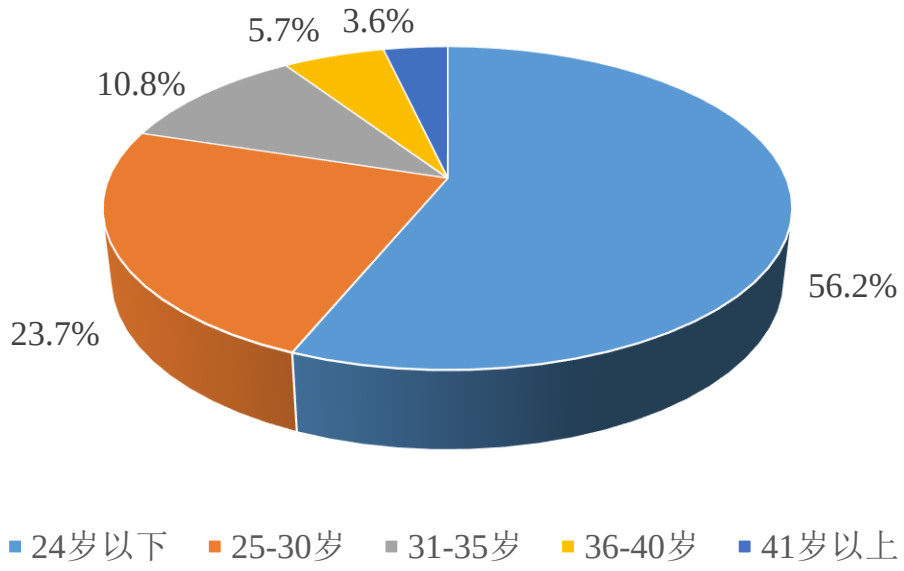
数据来源：QuestMobile《Z世代洞察报告》，苏宁金融研究院

态度五：“懒经济”与“宅文化”

苏宁金融 SUNING FINANCE

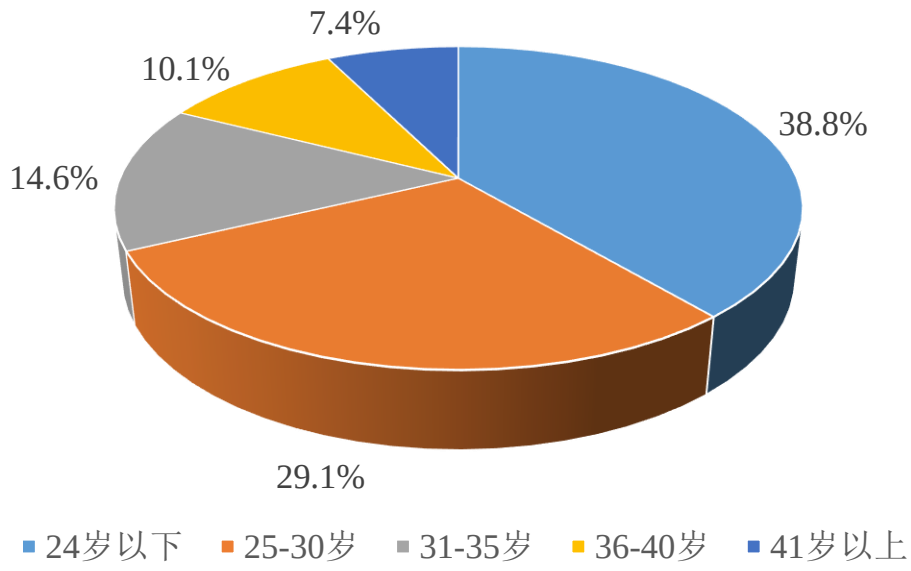
- “懒经济”指代的是消费者不用出门也可以用手机指挥商家上门服务，以外卖和到家服务为主要表现形式；Z世代是“懒经济”中的主要群体，在“懒”人群中占比超过一半。
- Z世代也热衷追求“宅文化”，即乐于宅在家里玩手机游戏、看动漫、逛视频网站、刷弹幕等等，而不是到户外“瞎浪”，讲究物质追求与精神追求两不误。

“懒”人群年龄分布



数据来源：QuestMobile，苏宁金融研究院

“宅”人群年龄分布



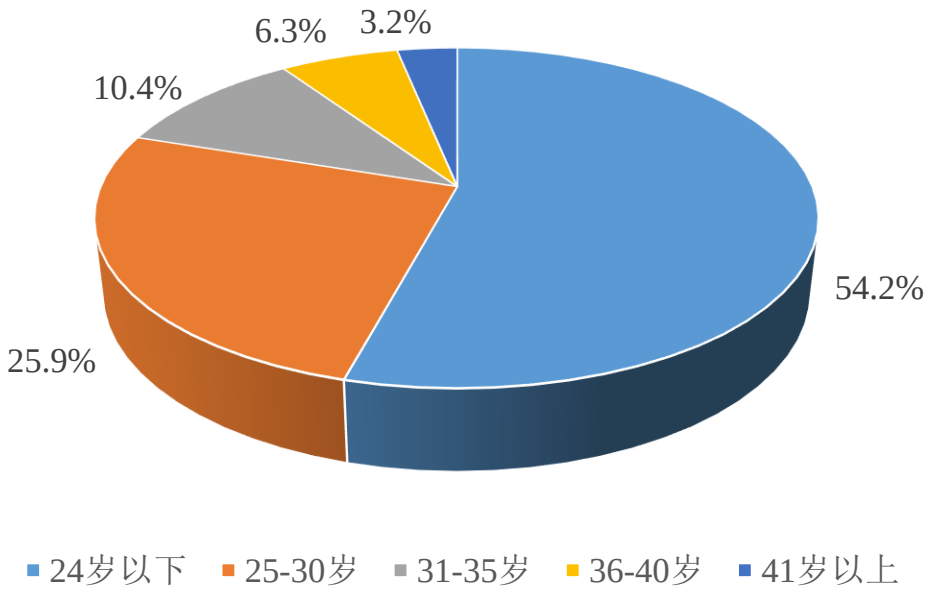
数据来源：QuestMobile，苏宁金融研究院

态度六：偏爱颜值与萌宠

苏宁金融 SUNING FINANCE

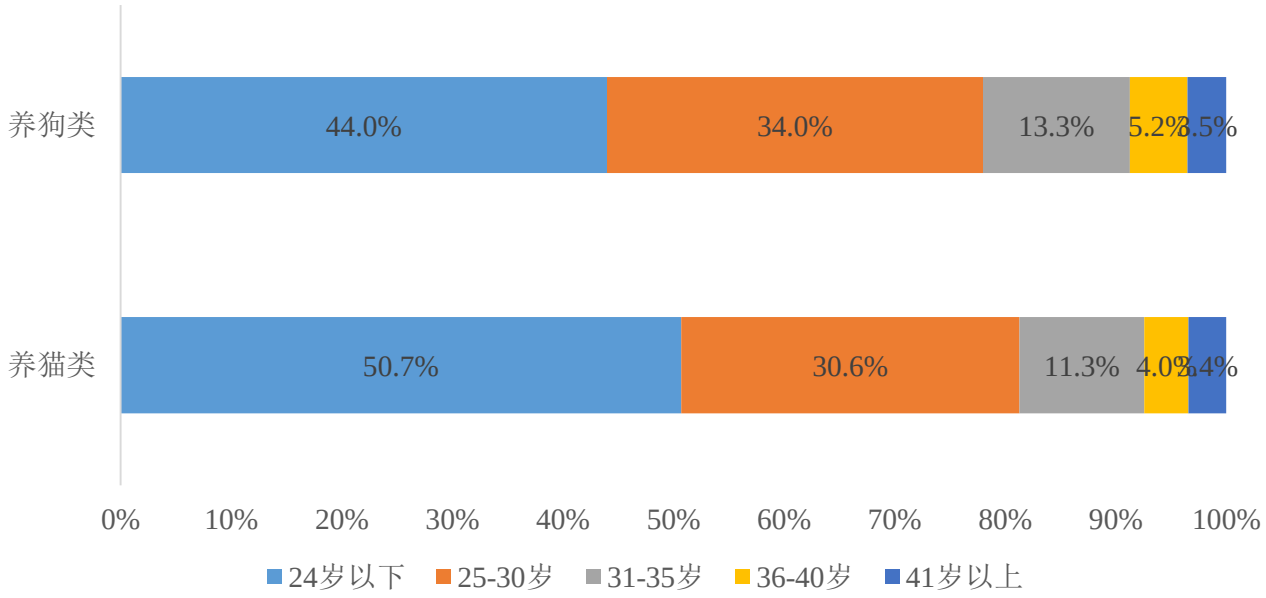
- Z世代人群热衷于追求与高颜值相关的一切事物，使得“颜值经济”在Z世代中盛行，而美妆、护肤、唇彩等相关商品都因此得到追捧。
- 与其他人群相比，Z世代更加偏爱萌宠，喜欢“吸猫”和“撸狗”，与萌宠相关的各种消费也因此兴起。

“美容美妆”人群年龄分布



数据来源：QuestMobile，苏宁金融研究院

关注宠物类公众号用户年龄分布



数据来源：QuestMobile，苏宁金融研究院

04

PART FOUR

拥抱奔涌的“后浪”

- 如何面对Z世代？

奔涌的“后浪”

- 2020年5月3日，哔哩哔哩献给新一代的青年宣言片《后浪》在央视一套播出，并登陆《新闻联播》前的黄金时段。
- 视频中，国家一级演员何冰登台演讲，认可、赞美与寄语年轻一代。“你们有幸遇见这样的时代，但时代更有幸遇见这样的你们。”何冰坚定又深情地声音极具感染力，让不少青年人热泪盈眶。
- 随后，这段演讲在朋友圈刷屏，有网友赞其为“少年中国说现代版”；而那句“心中有火，眼里有光”更是成了年轻人的代名词。
- “后浪”所指的正是Z世代。

图片来源：腾讯视频截图

我们究竟该如何看待Z世代？

- 或许在很多60后、70后人群看来，Z世代的生活方式与喜好颇有些“离经叛道”，很多人甚至认为他们“无心工作只爱享乐”。
- 然而，恰恰是因为个性的张扬与对新鲜事物的向往，让Z世代喜欢音乐的可以尽情去参加各种音乐节，钟情艺术创作的可以选择潜力十足的文创内容行业，哪怕爱打游戏的也可能在未来某天成为一名电竞高手，或是做出一款爆款游戏产品……各种各样的爱好与职业，在Z世代“不设限”的人生中都能找到合适的成长空间。
- 从这个角度看，我们应该给予Z世代更多的理解和包容，尊重他们追求个性与独立的生活方式，给予他们更多的话语权和自主权，肯定他们值得肯定的地方。

品牌商要如何拥抱Z世代？

- 在很多品牌专家眼里，Z世代奉行的理念是“每个人都是独一无二的，但都应该被接受”，反映到消费市场，便是Z世代有着非常强烈的求异需求，个性化的、独具特色的、体验炫酷的、相对稀缺的产品和品牌更易受到他们的追捧。
- 因此对于商家来说，想要吸引到广大的Z世代，势必需要通过更加多样化、个性化的方式满足他们，基于他们的兴趣提供不同的商品与服务，让他们尽情地“选我所爱”。
- 毕竟，Z世代将构成这个世界的未来。

“……不应该把年轻人当成一个群体来看，年轻人的特性本身就是多元化的，他们有不同的选择和不同的个性，他们本身可能我们用音乐风格来去划分，可能有喜欢摇滚的，有喜欢电音的，有喜欢民谣的，有喜欢流行的，如果单纯把年轻人当成一个群体来去看的话，你的品牌很难找到一个非常合适的方向。我认为要尊重年轻人多元化、多认知、个性化的特性，在年轻人整个族群里找到不同的方向。”

——音乐经纪人奚韬

苏宁金融研究院介绍

苏宁金融
SUNING FINANCE

- 苏宁金融研究院是苏宁金服集团旗下的大型专业研究机构，于2015年11月在南京成立，下设战略管理与规划中心、互联网金融研究中心、金融科技研究中心、消费金融研究中心、供应链金融研究中心、新产业与微小企业研究中心、投资策略研究中心、宏观经济研究中心、法律和政策研究中心等九大中心，办公地点位于南京、北京和上海。
- 秉承多元开放、价值共享的原则，苏宁金融研究院有效整合内外部优秀资源，聚焦金融科技、供应链金融、智能投顾、消费金融、小微金融、新产业与区域经济等研究领域，提供专业培训、转型咨询、金融科技输出等服务，联系邮箱为sncfzx@suning.com。
- 目前，苏宁金融研究院建立了包括全职研究员、特约研究员在内的20多人的研究团队，在40多家主流财经媒体和自媒体平台开设专栏，月均发表专栏文章400余篇，定期发布专题研究报告，致力于成为具有广泛影响力的一流企业智库。
- 更多信息，欢迎访问苏宁金融研究院官网http://sif.suning.com/。

法律声明

版权声明

本报告为苏宁金融研究院制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《 中华人民共和国著作权法》 和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合苏宁金融研究院监测产品数据，通过苏宁金融研究院统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

联系我们

邮箱 sncfzx@suning.com；微信订阅号：苏宁金融研究院（后台留言）

扫码关注“苏宁金融研究院”订阅号，获取更多干货，我们下次再见~

考研资料：数学、英语、政治、管综、西综、法硕等（整合各大机构）
英语类：四六级万词班专四专八雅思等
财经类：初级会计、中级会计、注册会计、高级会计、税务师、会计实操、证券从业、基金从业、资产评估、初级审
公务员：国考、省考、事业单位、军队文职、三支一扶微信 2270291360
银行：银行招聘、笔试、面试
教师资格：小学、中学、教师招聘面试
建筑：一建、二建、消防、造价
法考：主观题、客观题
多平台网课：涵盖职场、办公技能、编程、文案写作、情感心理、穿搭技巧、理财投资健身减肥摄影技术等优质内容
精选资料：Excel 教程、PPT 模板、简历模板、PS 教程、PPT 教程、素描、烹饪、小语种、CAD 教程、PR 教程、UI 课程、自媒体、写作、计算机二级、钢琴、Python、书法、吉他、kindle 电子书、演讲.....持续更新中...
押题：提供考前冲刺押题（初级会计、中级会计、注册会计、一建、二建、教资、四六级、证券、基金、期货等等），麻麻再也不用担心我考不过了。
资料领取微信：1131084518
行业报告：20000 份+持续更新

英语四六级备考资料	计算机二级备考资料	150 所高校考研专业课资料
两小时搞定毛概马原思修近代史纲	高数(微积分)+线性代数+概率论	素描 0 基础入门教程
教师资格证全套备考资料	普通话考试资料礼包	书法教程微信 2270291360
大学生英语竞赛备考资料	大学生数学竞赛备考资料	1000 份各行业营销策划方案合集
挑战杯/创青春/互联网+竞赛资料	电子设计竞赛必备资料	街舞 0 基础入门教程
托福雅思备考资料	大学物理学科攻略合集	动漫自学教程
SCI 最全写作攻略	TEM4/TEM8 专四专八备考资料	教师资格证面试试讲万能模板
360 份精美简历模板	数学建模 0 基础从入门到精通	100 套快闪 PPT 模板
Vlog 制作最全攻略	超强 PR 模板	42 套卡通风 PPT 模板
PS 零基础教程微信 1131084518	PS 高级技能教程	63 套酷炫科技 PPT 模板
好用到极致的 PPT 素材	128 套中国风 PPT 模板	32 套 MBE 风格 PPT 模板
327 套水彩风 PPT 模板	295 套手绘风 PPT 模板	54 套毕业答辩专属 PPT
196 套日系和风 PPT 模板	82 套文艺清新 PPT 模板	57 套思维导图 PPT 模板
163 套学术答辩 PPT 模板	53 套北欧风 PPT 模板	34 套温暖治愈系 PPT 模板
118 套国潮风 PPT 模板	30 套仙系古风 PPT	126 套黑板风 PPT 模板
114 套星空风格 PPT 模板	192 套欧美商务风 PPT 模板	42 套绚丽暈染风 PPT
50 套精美 INS 风 PPT 模板	56 套水墨风 PPT 模板	137 套清爽夏日风 PPT 模板
98 套森系 PPT 模板	25 套简约通用 PPT 模板	记忆力训练教程
300 套教学说课 PPT 模板	123 套医学护理 PPT 模板	AE 动态模板微信 2270291360
毕业论文资料礼包	教师资格证重点笔记+易错题集	表情包制作教程
吉他自学教程（送 6000 谱）	钢琴自学教程（送 1000 谱）	区块链从入门到精通资料
2000 部 TED 演讲视频合集	Excel 从入门到精通自学教程	单片机教程
230 套可视化 Excel 模板	1000 款 PR 预设+音效	1000 份实习报告模板
手绘自学教程微信 1131084518	单反从入门到精通教程	人力资源管理师备考资料
英语口语自学攻略	粤语 0 基础从入门到精通教程	证券从业资格证备考资料
日语自学教程	韩语自学教程	PHP 从入门到精通教程
法语学习资料	西班牙语学习资料	炒股+投资理财从入门到精通教程
全国翻译专业资格考试备考资料	BEC 初级+中级+高级全套备考资料	大数据学习资料
SPSS 自学必备教程	Origin 自学必备教程	会计实操资料
LaTeX 全套教程+模板	EndNote 教程+模板	小提琴 0 基础入门自学教程
GRE 超全备考资料	200 份医学习题合集	司考备考资料

思维导图教程＋素材	20000 份行业研究报告	一级造价工程师备考资料

上万 GB 教学资料（均全套,非杂乱）免费领取微信 1131084518

《闪电式百万富翁》实战版+升级版

易经+道德经+易学名师全集+风水学+算命学+起名+++等等（全套 1000 多 GB）

心理学+NLP 教练技术+精神分析+亲子家庭教育+催眠+++等等（更新超 2000GB）

大学-已更新至 9333 个课程+高中+初中+小学-全套资料（超过 2 万 GB）

陈安之	曾仕强	马云	杜云生	翟鸿燊	刘一秒	俞凌雄
王健林	余世维	雷军	周文强	安东尼罗宾	董明珠	李嘉诚
徐鹤宁	冯晓强	李践	刘克亚	罗伯特清崎	戴志强	李伟贤
苏引华	史玉柱	李强	俞敏洪	杰亚伯拉罕	周鸿祎	唐骏
梁凯恩	陈永亮	傅佩荣	贾长松	易发久	李彦宏	湖畔大学
李开复	聂枭	悟空道场	魏星	姬剑晶	其他名师全集	其他资料下载
王兴	王智华	智多星	陈文强	周导		微信 2270291360
泡妞	撩汉	泡仔	房中术	性福课	驻容术	泡妞撩汉性福合集

注：太多了，无法全部一一列出。。。

全套专题系列【微信 1131084518】

记忆力训练	形象礼仪	健康养生	企业管理	沟通技巧
演讲与口才	经理修炼	MBA 讲座	时间管理	战略经营
企业文化	销售心理	管理素质	国学讲座	执行力
团队管理	领导艺术	员工激励	潜能激发	谈判技巧
绩效管理	薪酬管理	43 份直销制度	电话销售	人力管理
客户服务	创业指南	市场营销	餐饮管理	保险讲座
品牌营销	酒店管理	汽车 4S 店	众筹资料	销售技巧

兴趣爱好：	钓鱼教程	魔术教学	炒股教学	美术教学	书法教学
音乐乐器：	萨克斯教学	电子琴教学	小提琴	古筝教学	钢琴教学
	吉他教学				
体育运动：	篮球教学	足球教学	羽毛球教学	兵乓球教学	太极拳教学
	围棋教学	高尔夫球			
生活实用：	插花教学	茶艺-茶道	唱歌教学	单反相机摄影	毛线编织
	小吃+美食				
语言学习：	英语				
电脑 IT：	办公 office	PS 美工教学			

暗号：666

免费领取资料微信

1131084518

微信1131084518

撩汉liaohan.net

最好资源zuihaoziyuan.com

谢谢观看

THANK YOU

全场景更普惠